

АНОТАЦІЯ

Пасічник І. Вдосконалення базових критеріїв технологій мерчандайзингу ТОВ «Сільпо» в умовах маркетингової орієнтації. – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 8.03050701 “Маркетинг” – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2014.

Проведена діагностика супермаркету «Сільпо» в контексті мерчандайзингової діяльності. Досліджені складові елементи мерчандайзингу, що використовує в своїй практиці роздрібна торгівельна точка. Здійснена оцінка планування магазину та продуктивної роботи мерчандайзингу на купівельну активність і мотивацію покупців. Розроблено рекомендації щодо підвищення ефективності системи мерчандайзингу роздрібного торгівельного підприємства «Сільпо». Запропоновано та обґрунтовано перспективність впровадження нових елементів та технологій мерчандайзингу на досліджуваному підприємстві.

Ключові поняття: ринок, мерчандайзинг, концепція мерчандайзингу, товар.

SUMMARY

Pasichnyk I. The perfection of base criteria of technologies of merchandising LTD «Sil'po» in the conditions of marketing orientation. - Manuscript.

Research on achievement of Master Degree in 8.03050701 “Marketing” – Ternopil State Technical University named by Ivan Pul'uj. - Ternopil, 2014.

The conducted diagnostics of supermarket of «Sil'po» is in the context of merchandising activity. The component elements of merchandising are investigational, that uses in the practice retail point-of-sale point. A realizable estimation of planning a shop and productive work of merchandising is on purchasing activity and motivation of buyers.

Recommendations are developed in relation to the increase of efficiency of the system of merchandising of retail point-of-sale enterprise of «Sil'po». Perspective of introduction of new elements and technologies of merchandising was offered and grounded on the probed enterprise.

Key words: market, merchandising, concept of merchandising, product.